

Estructura Social y Sociología del Consumo

Código: 103131
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	FB	1	1

Contacto

Nombre: Josep Verdaguer Lozano

Correo electrónico: Josep.Verdaguer@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

Assignatura introductòria de primer. No hi ha prerequisits.

Objetivos y contextualización

El consum és una pràctica cultural i econòmica fonamental. L'estudiant de Publicitat i Relacions Públiques no pot limitar-se a entendre'l com el resultat de necessitats, desitgs i decisions individuals, ni tampoc com a conseqüència exclusiva de la intervenció de poderoses instàncies de la oferta en la demanda. En aquest mòdul proposem estudiar el consum fent-ho de l'ús dels béns en el context de la societat com a sistema d'interacció social i com un aspecte de l'estructura social.

L'objectiu d'aquesta assignatura és introduir una serie de conceptes i teories sociològiques per tal de facilitar una aproximació a la dimensió social del consum, i per iniciar a algunes maneres d'aproximar-se empíricament a la realitat del consum contemporani, per tal d'ajudar a veure que aquestes teories ho són de la pràctica.

Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Describir las principales tendencias de consumo y estilos de vida de las sociedades contemporáneas en los mercados occidentales.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
3. Demostrar que conoce los instrumentos para el estudio de los hábitos de consumo de medios de unas determinadas audiencias.

Contenido

Tema 1. Introducció: la sociologia. En aquest apartat assenyalarem algunes de les característiques de la posició de la que tractarem el consum. Parlarem de la perspectiva sociològica, posarem en evidència que la societat està estructurada i ho posarem en relació amb els grans temes de la sociologia, des dels seus orígens: la desigualtat, l'heteronomia i l'anomia.

tema 2. Aproximació històrica al consum. La seva especificitat social i històrica. La construcció social dels desitjos i les necessitats. Les relacions entre producció i consum. La cultura del consum de la societat occidental contemporània i la seva globalització, no la podem entendre sense posar-la en relació amb el procés de modernització i les seves transformacions. En aquest apartat abordarem el procés històric a partir del qual s'arriba

a la societat de consum i les característiques distintives d'aquesta cultura del consum.

Tema 3. Visió general d'algunes de les aportacions sociològiques fonamentals per a l'estudi del consum. El consum i la cultura del consum han estat objecte d'interès científics socials des de Marx fins a les aportacions més destacades de l'última dècada.

En aquest apartat donarem una visió general d'aquestes aportacions a la comprensió del consum.

Tema 4. El consum de mercaderies. La majoria dels objectes i serveis són mercaderies una part del seu cicle de "vida". El consum d'aquestes mercaderies exposa la quotidianitat al poder i a la lògica de les forces econòmiques, polítiques i culturals.

Tema 5. El consum de signes i símbols. El consum no pot separar-se del sistema de producció, però tampoc pot reduir-se a aquest. És un dels instruments fonamentals per

fer visibles i establir les categories de la cultura i fer intel·ligible la vida social. I, sobretot, per construir i mantenir les relacions socials. En aquest apartat ens aproximarem al consum des d'aquest punt de vista.

Tema 6. El consum i la recerca d'identitat. Les representacions culturals i les pràctiques significatives estan estretament relacionades amb la construcció de les identitats individuals i col·lectives.

Tema 7. Consum i posició social. Diferenciació, distinció. El consum té un paper fonamental en la sociabilitat humana, en el foment de la comunitat social, però també en la producció de divisions socials. En aquests processos es construeixen i se signifiquen les relacions de desigualtat i dominació. Ho fan en relació a la classe, el gènere, l'ètnia, l'edat. En parlarem separatament per acabar mostrant la interdependència d'aquestes variables.

Metodología

- a. Classes magistrals
- b. Exercicis pràctics a l'aula.
- c. Seminaris
- d. Tutories individuals i en grups reduïts respecte del grup-classe.
- e. Lectura de texts i treball amb material audiovisual.
- f. Treballs individuals i en equip.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Classes i seminaris	45	1,8	1, 2, 3
Tipo: Supervisadas			
Reunions individuals o en grups reduïts per resoldre dubtes i fer la preparació i el seguiment de les exposicions	3	0,12	1, 2, 3
Tipo: Autónomas			

Evaluación

1. 2 mapes conceptual. Individual. Valor 10%.
2. 2 mapes conceptuales, en equip. Lliurament i presentació parcial. Valor 10%.
3. Petita recerca empírica i presentació a classe. Caldrà lliurar la presentació. En equip. Valor 20%.
4. Un treball del que caldrà lliurar l'informe i fer-ne la presentació. En equip. Valor 25%.
5. Una prova escrita raonada. Nota mínima per fer mitja ponderada(4/10). Individual. Valor 35%.

El professor de l'assignatura facilitarà durant el curs les instruccions relatives a les pràctiques i avaluacions i la presentació d'evidència.

Altres qüestions a considerar:

- a) La qualificació de "No presentat" pressuposa haver lliurat evidències que representin igual o menys del 30% de la nota del curs.
- b) Els estudiants que obtinguin una qualificació igual o superior a 3,5 i inferior a 5 tindran dret a un examen de recuperació per assolir l'aprobat, que se celebrarà poc dies després de la publicació de l'avaluació.
- c) És imprescindible que l'estudiant guardi una còpia dels exercicis que lliura als professors.
- d) El funcionament del curs dependrà de que els estudiants segueixin el calendari, facin la feina assignada, exposin el dia assignat i lliurin les evidències puntualment.
- e) La naturalesa de l'assignatura i el caràcter de l'avaluació fa imprescindible l'assistència regular a les sessions de classe. L'absentisme en més d'un 25% de les sessions comportarà la pèrdua de 3 punts sobre la nota final. I no es pot fer la recuperació de l'assistència.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Presentació de les pràctiques i lliurament	65%	4	0,16	1, 2, 3
Prova escrita	35%	4	0,16	1, 2, 3

Bibliografía

Bocock, Robert. El consumo. Madrid: Talasa, 1995.

Schor, Juliete B, Holt B. Douglas (Eds.) The Consumer Society, Nova York: The New Press, 2000

Els textos a treballar en cada tema i bibliografia específica per a les pràctiques, es facilitarà a l'aula.